Análise para Decisões em Marketing

Questões Caso AirBnB

1. Use os dados do AirBnB para fazer uma regressão para prever o número de reviews e outra para prever o número de vezes em que a propriedade é salva na “wishlist” de usuários, tanto em Miami como em Paris (dica: comece com modelos com todas as variáveis independentes possíveis e depois retire as que não são significantes, uma de cada vez, até obter uma equação apenas com efeitos significantes com alfa de 5%). Use os logs das variáveis como variáveis independentes (vai precisar calcular os logs para os dados de Paris). Descreva e interprete seus modelos finais e compare as duas localidades (Miami e Paris).
2. Como você fomentaria as receitas em Miami e em Paris? As ações seriam as mesmas para as duas localidades? Justifique. Como você monitoraria o desempenho das ações de que está propondo?
3. Como o AirBnB pode extrair valor de revisões textuais? Qual é a diferença entre dados estruturados e não estruturados? Dados textuais podem ser usados em decisões de marketing? Justifique.

Enviem suas respostas pelo eclass (basta um envio por grupo).